

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ

Курманина Т.С. Email: Kurmanina632@scientifictext.ru

*Курманина Татьяна Сергеевна – магистр журналистики,
кафедра печатных СМИ,
Институт филологии и журналистики
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород*

Аннотация: в статье формулируются характерные черты имиджа как категории в гуманитарной науке и как объекта практической деятельности. Определяется специфика института губернаторства в контексте политических процессов современной России. Также описываются механизмы формирования региональной политической элиты и факторы, влияющие на специфику конструирования и восприятия образа регионального лидера в сознании электората. Подчеркиваются нестабильность имиджа политического лидера и вероятность скорейшей пластичности конструируемого образа, нежели характерных изменений личности политического лидера.

Ключевые слова: лидерство, регион, имидж, политическое воздействие, общество.

PECULIARITIES OF FORMING IMAGE OF REGIONAL POLITICAL LEADERS Kurmanina T.S.

*Kurmanina Tatiana Sergeevna - Master of journalism,
DEPARTMENT OF PRINT MEDIA,
INSTITUTE OF PHILOLOGY AND JOURNALISM
LOBACHEVSKY STATE UNIVERSITY OF NIZHNY NOVGOROD, NIZHNY NOVGOROD*

Abstract: in the article, characteristic features of the image as a category in the humanities and as an object of practical activity are formulated. The specifics of the institution of governorship in the context of the political processes of modern Russia are determined. Also, the mechanisms for the formation of the regional political elite and factors influencing the specifics of the design and perception of the image of the regional leader in the consciousness of the electorate are described. The unstable image of the political leader and the likelihood of speedy plasticity of the constructed image are emphasized, rather than the characteristic changes in the personality of the political leader.

Keywords: leadership, region, image, political influence, society.

УДК 32.019.51

Изучение имиджа регионального политика в современной России является актуальным направлением в отечественных гуманитарных исследованиях. Основными задачами регионального лидера является усиление социально-экономических позиций региона, а также активизация процесса регионализации через формирование региональной идентичности. Образ лидера выступает одним из факторов формирования и воспроизводства этой групповой идентичности. Политик, в контексте осуществления своей деятельности на уровне региона, стремится выступать в первую очередь как представитель региональной общности.

Проблема политического лидерства получила свое развитие и активно представлена ещё в античной политико-философской мысли. Изучением данной тематики занимались такие классические авторы, как Аристотель [1, с. 50-156], Платон [6, с. 69-71], Макиавелли [4, с. 325-356] и др., в работах, которых описаны типологии политических лидеров государств, в строгом соответствии с формами государственного устройства и управления.

Актуальность исследования подобной темы подтверждает и тот факт, что в современной России существует недостаточно отечественных практических разработок в области политической имиджологии региональных политиков, которые бы структурировали предшествующий опыт научных исследований и, в то же время, связывали его с тенденциями нового времени.

Региональная политика имеет в России двойную направленность – федеративную и локальную. В соответствии с этим она имеет «национальные» и прагматические цели и задачи. «Национальные» приоритеты региональной политики характеризуются направлением внешней политикой государства, а прагматические — с реализуемой внутренней политикой государства. Россия является многонациональным государством, и приоритеты сохранения территориальной цельности всегда стратегически важны. Напряженная социально-политическая ситуация в регионе может привести к

конфликтам между центром и регионами, таким образом, создать угрозу для территориальной целостности всего государства.

Ученые Д. Туровский и И. Бусыгина отмечают в своем исследовании, что при осуществлении своих прагматических интересов, «региональная политика выступает средством регулирования взаимоотношений между территориальными образованиями и их политическими силами» [7, с. 69-71].

Отметим, что направления региональной политики во многом определяет территориальный фактор - масштабность, природно-географическая специфика региона предопределяют этническую сторону жизни населения. Исторически формируется социокультурное ощущение и политические предрасположенности населения, проживающего на данной территории. Лидер выставляет политические приоритеты с максимальной опорой на поселенческие интересы населения.

Сложившиеся исторически векторы развития региона – экономический, технико-производственный, социальный, культурный - подразумевают определенных способов политического управления и определённого «стиля лидерства».

Многонациональность России подразумевает и то, что в регионах страны решение национально-этнических вопросов стоит на разных ступенях приоритетности. Так, в одном регионе особое внимание политика устремлено на социальную адаптацию и оформление мигрантов, в другом – политику необходимо разрешать социальные конфликты, возникающие между коренным населением и представителями малочисленных этнических групп.

Лидер активно влияет на события, которые происходят в регионе, смягчает или устраняет возможное внешнее давление федерального центра или иных регионов на ту территорию, которой управляет. Основным вектором для действий лидера является изменение сложившихся условий к лучшему, его политическое воздействие значимо для населения и отражает степень авторитетности лидера в регионе [2, с. 103-104].

В последнее время политические лидеры стали обращать больше внимания на формирование своего имиджа. Это, во многом, объясняется тем, что коммуникация лидера со своими сторонниками (потенциальными и реальными) чаще всего опосредована и совершается не в режиме реального времени. Так что это, во многом, объясняет, что лидеру необходимо своим поведением и поступками оказать влияние на массы, пользуясь разными каналами, в том числе, и привлечением средств массовой коммуникации. Также ситуация с опосредованностью взаимодействия объясняется тем, что личность не может предстать перед общественностью такой, какой она есть во всех своих проявлениях, не придерживаясь заранее определённой стратегии.

Последнее можно объяснить тем, что к реальной личности политика как бы присовокупляется сконструированный определённый образ, который включает как реальные черты характера личности, так и те черты, которые хотят увидеть в лидере массы, и качества, которые актуальны на данном этапе времени. На основании этого можно прийти к выводу, что имидж выступает неким связующим звеном между лидером и массой, именно он выполняет лидерские функции, ему и адресованы требования, претензии и одобрение граждан.

Имидж политического лидера не стабилен, постоянно зависим от тех обстоятельств, что у граждан определённого региона и возраста, социального класса, свое видение и восприятие неких стереотипов и установок в определённый промежуток времени. Следовательно, изучение имиджа должно осуществляться в контексте социально-психологической стратификации общества. Так как если можно сказать, что имидж имеет характер стереотипа, то, во всяком случае, он не должен обладать большим количеством характеристик. Его формирование и дальнейшее изучение должны идти по схеме, включающей ограниченное число компонентов: личностные особенности, поведение и отношения, деятельность.

Формирование, эффективность и результативность политического лидерства в регионах зависит от нескольких обстоятельствах: существования регионального политического режима, конструктивности реализуемой региональной политики государством, субъектно-объектных отношений в регионах и федеральном центре, приоритетов регионально-политического процесса, и, наконец, степени налаженного взаимодействия всех вышеперечисленных компонентов механизма формирования регионального политического лидерства.

Значимость имиджа состоит в том, что это – «наиболее экономный способ порождения и распознавания сложной социальной действительности». Имидж является результатом конечного декодирования информации получателем (избирателем), которую политик транслирует через каналы связи: в нашем случае - через материалы СМИ. Поэтому, по сути, люди отдадут голос не за конкретного человека или политическую платформу, представляющую ту или иную идеологию, а за понравившийся имидж.

Имидж систематизирует, консолидирует и упрощает все многочисленные информационные потоки. В результате, этот сформированный образ – имидж - изменить проще в случае возникновения экстраординарной ситуации, нежели может измениться сам кандидат на выборную должность.

Список литературы / References

1. *Аристотель*. Политика // Серия: Philosophy. М.: АСТ, 2002. 222 с.
2. *Курманина Т.С.* Роль СМИ в формировании имиджа политических лидеров // Проблемы современной науки и образования, 2016. № 27 (69). С. 103-104.
3. *Макиавелли Н.* / Пер. Г. Муравьевой. Оригинальное издание: Макиавелли Н. Избранные произведения. М.: Худ. лит., 1982. 169 с.
4. *Макиавелли Н.* Государь. М.: Эксмо, 2013. 352-356 с.
5. *Мухаев Р.Т.* Теория политики: учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным дисциплинам (020000) и специальности «Международные отношения» (350200). М., 2005. С. 362-264.
6. *Платон*. Сочинения в трех томах. М., 1968. 69-71 с.
7. *Туровский Р., Бусыгина И.* Политическая регионалистика. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2012. 130-146 с.